

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT KAI merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengelola perkeretaapian di Indonesia. Kereta api di Indonesia memiliki peran penting bagi kehidupan dan perekonomian Indonesia, industri kereta api membuka banyak lapangan kerja serta menyediakan layanan angkutan penumpang dan barang sehingga dapat mendukung mobilitas ekonomi dan penduduk. Angkutan massal yang berbasis rel ini memiliki karakteristik yang dibutuhkan oleh banyak orang: efisien, murah, dan aman. (Sumber : https://www.kai.id/corporate/about_kai/)

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang-Vorstenlanden (Solo-Yogyakarta) di Desa Kemijen oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm. Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), dan Sulawesi (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km. (Sumber : https://www.kai.id/corporate/about_kai/)

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambil alihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI).

Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama Staatssporwegen/Verenigde Spoorwegbedrijf (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM). Saat ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tujuh anak perusahaan/grup usaha yakni KAI Services (2003), KAI Bandara (2006), KAI Commuter (2008), KAI Wisata (2009), KAI Logistik (2009), KAI Properti (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015). (Sumber : https://www.kai.id/corporate/about_kai/)

TABEL 1.1

Ringkasan Sejarah Perusahaan Perkeretaapian Indonesia

Periode	Perusahaan	Dasar Hukum
1864 - 1864	Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij (NISM)	-
1864 - 1864	Staatssporwegen (SS)	-
1864 - 1864	Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJS)	-
1864 - 1864	Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCS)	-
1864 - 1864	Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM)	-
1864 - 1864	Malang Stoomtram Maatschappij (MS)	-
1864 - 1864	Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM)	-
1864 - 1864	Probolinggo Stoomtram Maatschappij (Pb.SM)	-
1864 - 1864	Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM)	-

(Bersambung)

(Sambungan)

1864 - 1864	Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (Ps.SM)	-
1864 - 1864	Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJS)	-
1864 - 1864	Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SDS)	-
1864 - 1942	Deli Spoorweg Maatschappij (DSM)	-
1942 - 1945	Rikuyu Sokyoku (Dinas Kereta Api)	-
1945 - 1950	Djawatan Kereta Api Republik Indonesia (DKARI)	Maklumat Kementerian Perhubungan No. 1/KA Tahun 1946
1950 - 1963	Djawatan Kereta Api (DKA)	Keputusan Menteri Perhubungan Tenaga dan Pekerjaan Umum RI No. 2 Tahun 1950
1963 - 1971	Perusahaan Nasional Kereta Api (PNKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 22 Tahun 1963
1971 - 1991	Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 61 Tahun 1971
1991 - 1998	Perusahaan Umum Kereta Api (PERUMKA)	Peraturan Pemerintah RI No. 57 Tahun 1990
1998 - sekarang	PT Kereta Api Indonesia (Persero)	Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 1998

Sumber : https://www.kai.id/corporate/about_kai/

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut ini merupakan logo dari PT Kereta Api Indonesia (Persero):



GAMBAR 1.1

Logo PT Kereta Api Indonesia

Sumber: <http://www.kai.id/>, 2022

A. Makna Logo

Terinspirasi dari bentuk REL KERETA yang digambarkan dengan garis menyambung ke atas pada huruf A, Kai diharapkan terus maju dan menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik yang terintegrasi, terpercaya, bersinergi, dan kelak dapat menghubungkan Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Dengan menggunakan *typeface italic* yang dinamis dan di modifikasi pada huruf A menggambarkan karakter Kai yaitu *progresif*, berfikiran terbuka, dan terpercaya. Grafik yang tegas namun ramah dengan perbedaan warna pada huruf diharapkan dapat mencerminkan hubungan yang harmonis dan kompeten antara Kai dan seluruh pemangku kepentingan.

B. Makna Warna

Perpaduan antara warna biru tua yang menunjang stabilitas, profesionalisme, amanah dan kepercayaan diri, yang ditambah dengan aksen warna *orange*, yang menunjukkan antusiasme, kreativitas, tekad, kesuksesan dan kebahagiaan.

1.1.3 Visi dan Misi

A. Visi

Menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia.

B. Misi

1. Untuk menyediakan sistem transportasi yang aman, efisien, berbasis digital, dan berkembang pesat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
2. Untuk mengembangkan solusi transportasi massal yang terintegrasi melalui investasi dalam sumber daya manusia, infrastruktur, dan teknologi.
3. Untuk memajukan pembangunan nasional melalui kemitraan dengan para pemangku kepentingan, termasuk memprakarsai dan melaksanakan pengembangan infrastruktur-infrastruktur penting terkait transportasi.

1.1.4 Budaya Perusahaan

A. Amanah

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.

B. Kompeten

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.

C. Harmonis

Saling peduli dan menghargai perbedaan.

D. Loyal

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.

E. Adaptif

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.

F. Kolaboratif

Membangun kerja sama yang sinergis.

1.1.5 Jenis-jenis Layanan

A. Angkutan Penumpang

1. Kereta

Sebagai perusahaan yang mengelola perkeretaapian di Indonesia, PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah banyak mengoperasikan

KA penumpangnya, baik KA Utama (Komersil dan Non Komersil), maupun KA Lokal di Jawa dan Sumatera, yang terdiri dari :

- a) KA Eksekutif
- b) KA Bisnis
- c) KA Campuran (Eksekutif, Bisnis dan Ekonomi)
- d) KA Ekonomi
- e) KA Lokal
- f) KRL

2. Restorasi

Setiap Rangkaian Kereta Api kami lengkapi dengan Kereta Makan yang berguna sebagai Restorasi. Restorasi melayani makan dan minum selama perjalanan anda. Terdapat menu-menu khas Kereta Api yang dapat dinikmati pelanggan. Kru Restorasi terdiri dari : Koki, Prama dan Prami yang siap melayani pelanggan kami di dalam perjalanan.

A) KRU KA

Kru KA adalah petugas Kereta Api yang bertanggung jawab selama dalam perjalanan. Kru KA terdiri dari: Masinis, Assisten Masinis, Kondaktur, Teknisi KA dan *Runner* AC. Mereka secara profesional terlatih untuk melayani pelanggan Kereta Api.

B) CUSTOMER SERVICE ON TRAIN

Seorang *Customer Service On Train* sebagai *Customer Service* kami yang menemani perjalanan penumpang Kereta Api. Siap menerima kritik, saran, komplain guna memenuhi kebutuhan pelanggan akan pelayanan yang prima.

C) ON TRAIN CLEANING

Petugas On Train Cleaning (OTC) bertugas menjaga kebersihan Kereta Api selama dalam perjalanan. Terdapat dua petugas OTC di setiap Kereta yang siap melayani pelanggan kami.

B. Angkutan Barang

a) Petikemas

Refrigerated containers, Standard containers, Hard-top containers, Open-top containers, Flatracks, Platforms (plats), Ventilated containers, Bulk containers, Tank containers.

b) Barang Curah *Liquid/ Cair*

BBM, CPO, Semua bahan kimia cair yang tidak korosif, Minyak goreng, air mineral dan lain-lain

c) Barang Curah

Batubara, pasir, semen, gula pasir, pupuk, beras, kricak, asfalt, klinker dan lain-lain

d) Barang Retail

Barang elektronik, hasil produksi pabrik yang sudah terpaket, barang kiriman hantaran, barang potongan

e) Barang *Packaging*

Semen, pupuk, gula pasir, beras, paletisasi

C. Pengusahaan Aset

1) Stasiun

a) Stasiun Gambir

b) Stasiun Jakarta Kota

c) Stasiun Jatinegara

2) Non Stasiun

3) Iklan

a) Videotron

b) Tangga Berjalan

c) Lift

d) Kursi

1.2 Latar Belakang

Transportasi adalah salah satu Kegiatan dalam bepergian yang sudah menjadi kebiasaan sehari-hari dan juga menjadi gaya hidup bagi orang baik di perkotaan maupun diperdesaan. Dalam hal tersebut transportasi dapat mempermudah untuk melakukan suatu perjalanan tersebut. Dalam perkembangannya, transportasi dari masa ke masa terus bergerak perlahan. Seperti, yang dulunya transportasi hanya bisa memanfaatkan hewan untuk perjalan darat dan menggunakan rakit untuk perjalanan yang melintasi sungai.

Dalam seiring waktu perkembangan transportasi ini sangat meningkat dengan Seiringan berjalannya waktu. Dengan hal tersebut masyarakat zaman sekarang sangat mudah untuk bepergian seperti, menghilangkan stress bekerja atau ada juga yang harus bepergian dengan tujuan menyelesaikan pekerjaan dan melakukan perjalanan bisnis. Biasanya sarana transportasi yang digunakan untuk bepergian pun beragam kendaraan dari mulai kendaraan pribadi seperti mobil dan motor, bus, pesawat, kapal laut, dan kereta api.

Di era globalisasi seperti saat ini, segala aspek kehidupan dituntut untuk semakin maju dan berkembang. Hal tersebut juga disesuaikan dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat. Memasuki abad ke-21 ini pemanfaatan teknologi sudah tidak asing lagi bahkan menjadi sesuatu yang wajib dalam semua aspek kehidupan. Kemajuan teknologi pastinya juga bersentuhan dengan *handpone*. Dan terkadang kita sebagai makhluk yang hanya bisa mengunggu kecanggihan-kecanggihan yang terkadang bisa lebih cepat dari kita bayangkan.

Dengan begitu, semakin cepatnya perkembangan transportasi maka semakin cepat juga perkembangan teknologi yang saat ini semakin maju. Perkembangan teknologi yang semakin maju dapat membuat masyarakat semakin mudah untuk melakukan berbagai macam aktivitas. Pengguna internet di Indonesia terus bertumbuh dari tahun ke tahun. Hal tersebut diungkap oleh Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Muhammad Arif, saat Indonesia Digital *Outlook* 2022, di *The Westin*, Jakarta, Kamis (9/6/2022).

Pertumbuhan internet ini sangat fantastis, dikarenakan kurang lebih 77% penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Sebelum pandemi angkanya hanya 175 juta sedangkan data terbaru pengguna internet di Indonesia menurut ketua umum asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII) tahun 2022 mencapai 210 juta yang artinya adanya penambahan sekitar 35 juta pengguna internet di Indonesia. Dalam hal tersebut berarti persaingan di Indonesia semakin berkembang pesat dikarenakan kemajuan teknologi yang dapat dimanfaatkan atau dipengaruhi oleh setiap perusahaan untuk berinovasi dalam mengikuti perkembangan zaman dimana semua hal serba *online*.

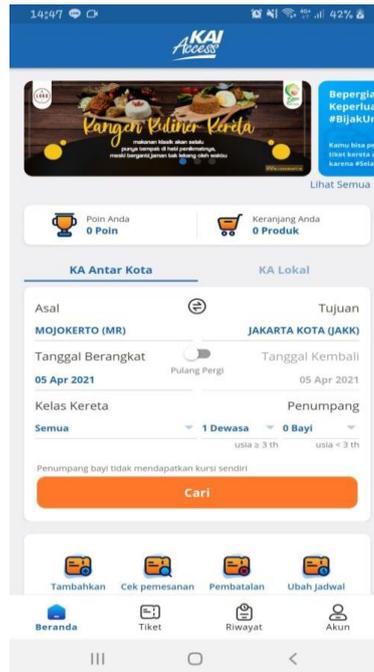
Kemajuan Teknologi yang semakin cepat dan canggih sangat membuat perusahaan dapat menghasilkan suatu perubahan. Perubahan yang dapat menuntut perusahaan agar dapat lebih baik dalam berinovasi. Inovasi yang dapat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya yaitu dengan transaksi melalui elektronik berbasis internet. Hal ini dipengaruhi oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu dengan dukungan kemajuan teknologi yang sangat pesat dapat memudahkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen menjadi salah satu komponen penting dalam mempertahankan eksistensi perusahaan dan juga pendapatan perusahaan.

Jika konsumen sudah merasa puas dengan pembelian awal, maka konsumen akan terus membeli secara berulang. Dengan begitu perusahaan harus mempertahankan konsumen dengan selalu memberikan yang terbaik sehingga konsumen tidak berpaling ke produk perusahaan lain. Semakin tinggi tingkat pembelian maka semakin tinggi juga keuntungan yang didapat perusahaan. Dalam melakukan pembelian konsumen harus memutuskan terlebih dahulu apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan atau tidak dan juga harus memikirkan apakah produk itu bagus tidak sebelum konsumen melakukan pembelian. Inovasi dari kemajuan teknologi ini dapat dirasakan oleh semua perusahaan, tanpa terkecuali perusahaan transportasi itu baik milik negara ataupun milik swasta juga mengambil bagian didalamnya.

PT Kereta Api Indonesia (Persero) menjadi salah satu perusahaan yang telah mengikuti perkembangan kemajuan teknologi. PT Kereta Api Indonesia

(Persero) yang bergerak dibidang jasa layanan transportasi tentu harus selalu memberikan kualitas layanan terbaiknya sebagai kunci utama keberhasilan perusahaan dalam persaingan bisnis. Selain itu juga PT Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan salah satu badan penyediaan jasa transportasi darat yang memegang peran vital dalam pelayanan transportasi masal. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tanggal 17 juni 1864. Selain di Jawa, pembangunan rel KA juga dilakukan di Aceh (1874), Sumatra Utara (1886), Sumatra Barat (1891), Sumatra Selatan (1914). Di Sumatera Utara tepatnya di kota Medan terdapat Stasiun Kereta Api Medan. Stasiun ini diresmikan pembukaannya pada 25 Juli 1886. PT Kereta Api Indonesia (Persero) telah mengembangkan sistem untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memudahkan para konsumen/pengguna jasa kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api. Sebelumnya, pelanggan melakukan pembelian tiket kereta api secara manual dengan cara mengantri di loket. Tetapi sekarang konsumen melakukan pembelian tiket sudah dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Kai Access*. Aplikasi ini dibuat untuk mempermudah pengguna kereta api dalam melakukan pembelian tiket kereta api. Untuk itu adanya *E-service Quality* untuk menunjang kualitas pelayanan pada aplikasi atau *system* pembelian tiket hanya dengan mendownload di *handphone* atau *smartphone*.

Aplikasi *Kai Access* adalah aplikasi resmi penjualan tiket Kereta Api dari PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang tidak hanya menyediakan layanan penjualan tiket Kereta Api, tetapi juga memiliki berbagai fitur tambahan untuk kemudahan dan kenyamanan para pelanggan Kai. Beragam keuntungan bisa pelanggan nikmati dengan menggunakan aplikasi *Kai Access*.



GAMBAR 1.2

Tampilan Aplikasi Kai Access

Sumber : <https://joannetjia.com/sekarang-pesan-tiket-kereta-lebih-mudah-dengan-kai-Access/,2022>

Kai Access dikembangkan untuk semakin mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi. Melalui aplikasi Kai Access, pelanggan yang hendak mengubah jadwal atau membatalkan tiket, tidak perlu lagi repot datang ke stasiun. Selain itu, pelayanan tiket dengan tarif Reduksi juga dapat dilakukan via aplikasi Kai Access setelah akunnya terdaftar.

Selain dengan Kai Access pemesanan tiket kereta api bisa dilakukan di platform lain seperti traveloka, tiket.com, dan marketplace seperti shopee dan tokopedia. Namun pemesanan tiket kereta api melalui platform dan marketplace ini memiliki kekurangan seperti adanya biaya administrasi, tiket yang tersedia terbatas, juga dalam tampilannya banyaknya fitur-fitur lainnya yang tidak terfokus pada pemesanan tiket kereta api.

Oleh sebab itu, adanya aplikasi Kai Access ini untuk memudahkan para pengguna jasa kereta api untuk memudahkan pelanggan dalam menikmati jasa untuk memesan tiket kereta api seperti adanya fitur *e-boarding* pass. Dengan adanya fitur ini, pelanggan tak perlu lagi mencetak boarding pass. Cukup *print*

e-boarding pass pada aplikasi, dan scan *QR Code* yang muncul pada scanner yang tersedia di meja petugas boarding.



GAMBAR 1.3

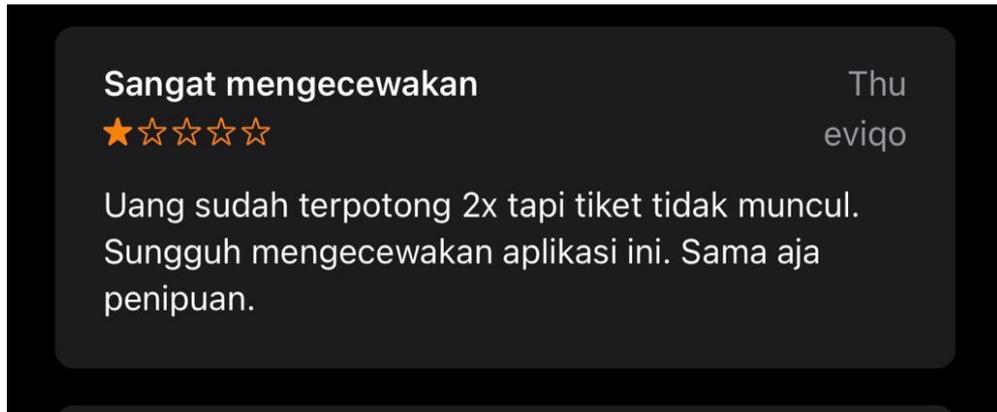
Railpoint KAI Access

Sumber : <https://penumpang.kai.id/promo?id=237>, 2022

Benefit lainnya dari Kai Access adalah adanya layanan khusus Premium Member. Dengan mendaftar menjadi Premium Member, maka setiap transaksi pemesanan tiket KA Jarak Jauh akan mendapat *Railpoint*. *Railpoint* tersebut dapat ditukarkan dengan tiket KA komersial (tidak termasuk KA *Priority/Luxury* & reduksi) dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Untuk mengikuti kebutuhan pelanggan, selalu ada inovasi baru di KAI Access. Saat memesan tiket di Kai Access, pelanggan akan mendapatkan pilihan untuk memesan Selain tiket KA Jarak Jauh, lewat KAI Access pula pelanggan dapat memesan tiket KA Lokal, KA Bandara Soekarno-Hatta. Dengan ini aplikasi Kai Access dapat memberikan kepastian dan kenyamanan lebih bagi pelanggan untuk melakukan perjalanan hingga tujuan akhirnya.

Adapun permasalahan pada aplikasi Kai Access pada bagian *E-service Quality*. Yaitu adanya pertimbangan dari konsumen ketika konsumen melakukan pembelian tiket kereta api, mereka merasa masih banyaknya konsumen yang menjadi ragu dalam melakukan pembelian tiket kereta api pada aplikasi Kai Access. Hal ini dikarenakan adanya *server error* ataupun karena konsumen takut data pribadinya dibocorkan oleh pihak yang terkait.

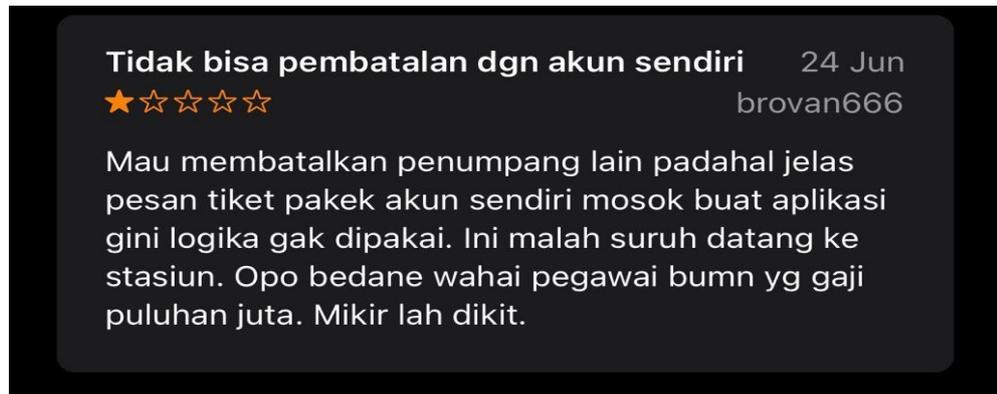
Adapun *rating* aplikasi Kai Access yang memiliki rating yang sangat rendah yaitu 1.9, dalam hal itu dapat diperkuat dari hasil keluhan pada aplikasi Kai Access sesuai pada gambar di bawah ini:



GAMBAR 1.4

Bukti Keluhan 1

Sumber: Appstore, aplikasi Kai Access,2022



GAMBAR 1.5

Bukti Keluhan 2

Sumber: Appstore, aplikasi Kai Access,2022

Pada gambar 1.4 dan gambar 1.5 diatas dapat dilihat bahwa adanya keluhan dari pengguna mengenai “uang yang sudah terpotong 2x tapi tiket tidak muncul” sehingga hal ini menunjukkan bahwa ada pengguna yang merasa *E-service Quality* yang diberikan masih sangat kurang didapatkan di aplikasi Kai Access. Selain itu juga ada pengguna lain yang melakukan complain di aplikasi Kai Access berupa “mau membatalkan penumpang lain melalui aplikasi yang menggunakan akun dia sendiri, tetapi tidak bisa dibatalkan” hal ini pun memperkuat bahwa banyaknya pengguna dan pelanggan yang merasa *E-service Quality* yang diberikan dari aplikasi Kai Access masih sangat rendah.

Dari hasil *screen shoot* diatas dapat dijelaskan adanya masalah terhadap aplikasi Kai Access yang membuat konsumen kurang puas, sehingga memberikan rating 1,9 pada aplikasi Kai Access di *app store*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman dalam Ade Purnama (2019) pada penelitiannya menghasilkan bahwa adanya hubungan antara kualitas aplikasi dengan keputusan pelanggan yang dimana adanya harapan dari konsumen terhadap kualitas dari aplikasi Kai Access. Selain itu juga bisa dilihat dari penelitian Yofana Virgianne, Ni Made Ariani, Fanny Maharani Suarka (2019) yang penelitiannya membahas tentang kepuasan wisatawan Nusantara di aplikasi AiryRooms yang juga menyatakan bahwa *E-service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Maka berdasarkan permasalahan diatas, peneliti melakukan pra kuesioner untuk memperkuat data diatas. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* APLIKASI KAI ACCESS TERHADAP KEPUASAN *CUSTOMER* PADA PT KERETA API INDONESIA (PERSERO) DAOP 2 BANDUNG TAHUN 2022”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *E-service Quality* pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?
2. Bagaimaa kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *E-service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian akan dijelaskan dibawah ini:

1. Untuk mengetahui *E-service Quality* pada aplikasi Kai Access di Daop 2 Bandung?

2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai *Access* di Daop 2 Bandung?
3. Untuk mengetahui pengaruh *E-service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Kai *Access* di Daop 2 Bandung?

1.5 Batasan Masalah

Agar lebih terarah,terfokus dan tidak meluas, penulis akan membatasi penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada bulan januari sampai juli 2022
2. Penelitian ini dilakukan pada PT Kereta Api (persero) di Daop 2 Bandung
3. Sasaran penyebaran kuesioner penelitian ini adalah pria ataupun wanita berusia remaja hingga dewasa yang menggunakan aplikasi Kai *Access* dalam pemesanan tiket Kai *Access* yang ada di *customer care* stasiun utara Daop 2 Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Dapat menambahkan wawasan dan ilmu pengetahuan dalam mengenai suatu penelitian mulai dari teori hingga praktik, selain itu penulis dapat belajar mengenai suatu permasalahan yang ada di perusahaan tersebut.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini supaya bisa bermanfaat bagi PT Kereta Api Indonesia (persero) dan juga bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas dari kepuasan pelanggan atau *customer* dalam perusahaan.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini supaya bisa diharapkan dan juga bermanfaat bagi penelitian-penelitian lainnya.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika ini dibuat supaya bisa memberikan suatu gambaran umum bagi penelitian yang sudah dilakukan dan juga dapat membuat penulis bisa mencari kejelasan untuk hasil penelitian dengan sistematika penulisan, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan Pustaka, kerangka pemikiran, hipotesis, dan ruang lingkup penelitian teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian dan tahapan penelitian, populasi dan sampel serta pengumpulan data dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai tentang kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dipaparkan suatu hasil dari kesimpulan sebuah observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang dijadikan objek observasi.